**Deutscher Bundestag** **Drucksache 16/772**

**16. Wahlperiode** 27. 02. 2006

# Antwort

## der Bundesregierung

### auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Markus Löning, Christian Ahrendt, Michael Link (Heilbronn), weiterer Abgeordneter und der Fraktion der FDP – Drucksache 16/604 –

## Schlussfolgerungen aus den Ergebnissen des Eurobarometers für Deutschland

Vorbemerkung der Fragesteller

Die Deutschen fürchten sich vor Europa. So oder ähnlich kommentierten die meisten Tageszeitungen in Deutschland die Ergebnisse des letzten Eurobarometers. Die Europäische Union wird als wirtschaftliche und soziale Bedrohung angesehen. Zirka 84 Prozent der Deutschen geben an, Angst vor der Verlagerung von Arbeitsplätzen in EU-Länder mit niedrigen Lohnkosten zu haben. Jeder zweite Deutsche fürchtet, dass es im Laufe der weiteren europäischen Einigung zu einer Wirtschaftskrise kommen könnte.

Dabei sprechen die wirtschaftlichen Fakten eine gegenteilige Sprache. Kein Land der EU profitiert so vom gemeinsamen Binnenmarkt wie Deutschland. Die positiven Effekte des Binnenmarktes überwiegen die Belastungen durch den Status als Nettozahler. Die Dividende von 60 Jahren Frieden in Europa kann dabei gar nicht berechnet werden. Gerade aber die Unkenntnis solcher Zusammenhänge ist beispielhaft für den – im europäischen Vergleich – sehr – geringen Wissensstand der Deutschen über Europa und seine Institutionen.

Die Europäische Kommission hat mit ihrem „Plan D“ eine neue Kommunikationsstrategie verabschiedet. Damit soll eine umfassendere Diskussion zwischen den Institutionen der EU und ihren Bürgern angeregt werden. Die Ergebnisse des Eurobarometers vom Frühjahr 2005 waren der Anlass für dieses Vorhaben.

1. Wie interpretiert die Bundesregierung die Ergebnisse des im Januar 2006 veröffentlichten Eurobarometers hinsichtlich der aktuellen Stimmung der Deutschen zur Europäischen Union?

Die Bundesregierung stellt fest, dass die Zustimmung der deutschen Bürger zur EU im Herbst 2004 im Vergleich zum Frühjahr 2004 signifikant zugenommen und im Jahre 2005 wieder um einige Prozentpunkte nachgelassen hat. Im langjährigen Mittel ist die Stimmungslage weitgehend konstant geblieben. Deutlich mehr als die Hälfte der Menschen in Deutschland bewerten die Mitgliedschaft

*Die Antwort wurde namens der Bundesregierung mit Schreiben des Auswärtigen Amts vom 23. Februar 2006 übermittelt.*
*Die Drucksache enthält zusätzlich – in kleinerer Schrifttype – den Fragetext.*

in der Europäischen Union positiv, zwei Drittel der Menschen unterstützen die Fortentwicklung der EU zu einer politischen Union. Deutschland liegt damit über dem europäischen Durchschnitt.

Die Umfragewerte zeigen außerdem, dass eine klare Mehrheit der deutschen Bevölkerung z. B. im Bereich nationaler Sicherheit oder Außenhandel die Vorteile der EU erkennt. Auch die Idee einer gemeinsamen Verfassung, die Entwicklung hin zu einer politischen Union sowie eine gemeinschaftliche Außen- und Sicherheitspolitik werden von deutlichen Mehrheiten unterstützt. Gleichzeitig bestehen bei einem Großteil der deutschen Bevölkerung Sorgen, vor allem bezüglich der Verlagerung von Arbeitsplätzen in andere Mitgliedstaaten sowie des international organisierten Verbrechens.

2. Welche Gründe führen zu dieser Einschätzung?

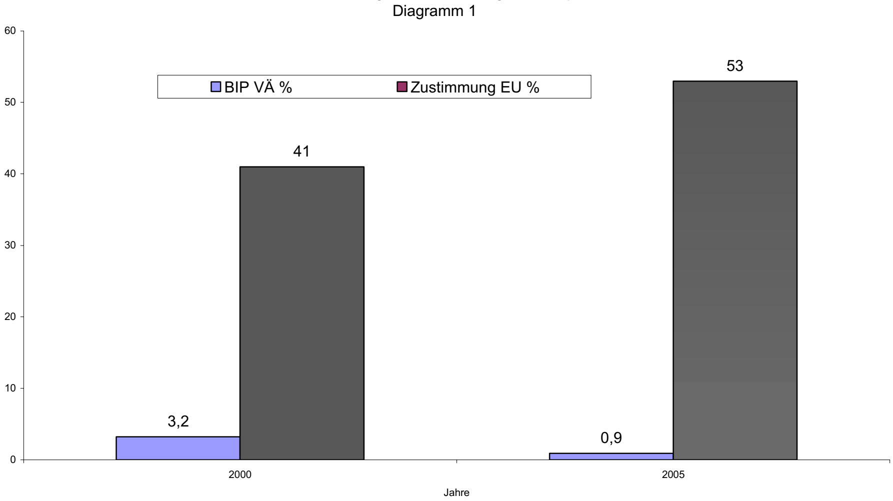
Diese Einschätzung gründet auf einer kontinuierlichen Auswertung der Ergebnisse der Eurobarometer-Umfragen der letzten zehn Jahre.

3. Ist die Bundesregierung der Meinung, dass die schlechte wirtschaftliche Entwicklung der letzten Jahre in Deutschland dazu beigetragen hat, dass die integrations- und europafreundliche Stimmung in Deutschland sich verschlechtert hat?

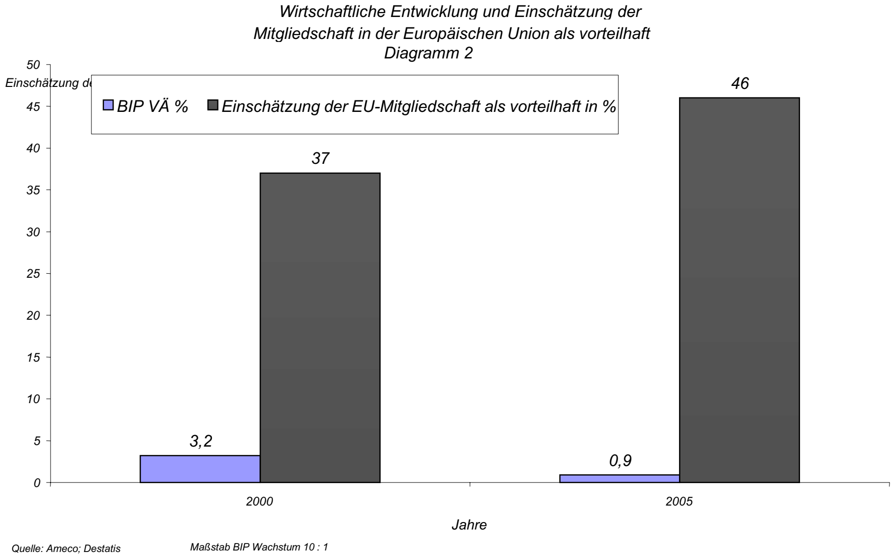
Ein Zusammenhang zwischen der im Jahr 2005 eingetretenen Verschlechterung der integrations- und europafreundlichen Stimmung in Deutschland und dem vergleichsweise schwachen Wirtschaftswachstum der Jahre 2001 bis 2005 lässt sich nicht feststellen. Die beiden wichtigsten längerfristig vergleichbaren Stimmungsindikatoren des Eurobarometers sind die Zustimmung zur EU-Mitgliedschaft und die Einschätzung der EU-Mitgliedschaft als vorteilhaft.

Im Jahr 2000 war die wirtschaftliche Entwicklung mit einem realen Wachstum von 3,2 Prozent in Deutschland ausgesprochen günstig, dennoch wiesen beide Indikatoren für Deutschland deutlich niedrigere Werte auf als im aktuellen Eurobarometer (siehe Diagramme 1 und 2).

Wirtschaftliche Entwicklung und Zustimmung zur Europäischen Union
Diagramm 1




Quelle: Ameco;Destatis Maßstab BIP Wachstum angepasst




4. Sieht die Bundesregierung eine Korrelation zwischen besserer wirtschaftlicher Situation und europafreundlicherer Stimmung in anderen Mitgliedstaaten?

Vergleicht man Deutschland mit den derzeit wachstumsstärksten Volkswirtschaften in der EU hinsichtlich der Zustimmung zur Mitgliedschaft des Landes in der EU, so zeigt sich kein eindeutiger Zusammenhang zwischen wirtschaftlicher Situation und europafreundlicher Stimmung.

Zwar erreicht die Zustimmung zur EU-Mitgliedschaft im wirtschaftlich prosperierenden Irland derzeit den Spitzenwert aller EU-Staaten. Auf der anderen Seite weisen etwa Schweden und Ungarn ein deutlich höheres Wirtschaftswachstum auf als Deutschland und dennoch liegt in diesen Ländern der Anteil derjenigen, die die Mitgliedschaft des Landes in der EU positiv bewerten, deutlich niedriger als in Deutschland.

Bei der Zustimmung zum Integrationsprozess kommen in allen Ländern weitere, zum Teil historische Faktoren, nationales Selbstverständnis etc. zum Tragen, so dass eine klare Korrelation zwischen Zustimmung zur EU und wirtschaftlicher Entwicklung nicht nachweisbar ist.

5. Was hat die Bundesregierung in der Vergangenheit unternommen, um das Vertrauen der Bürger in die EU zu stärken?

Die Bundesregierung hat sich in der Vergangenheit stets dafür eingesetzt, konkrete Fortschritte in Politikbereichen der EU mitzugestalten, deren positive Auswirkungen auf das Alltagsleben spürbar sind (z. B. Justiz und Inneres, Bürokratieabbau). Die europäische Idee zählt zudem seit jeher zu den Schwerpunkten der Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung. Der Entwicklung Europas seit dem Jahre 2000, insbesondere der Einführung des Euro, der Erweiterung um zehn neue Mitgliedsländer sowie dem europäischen Verfassungsprozess hat die Bundesregierung in diesem Zusammenhang besondere Aufmerksamkeit geschenkt. Aus der Vielzahl der Maßnahmen zur Öffentlichkeitsarbeit Europa sind die wichtigsten nachstehend aufgelistet:

Die „Aktionsgemeinschaft Euro“ (Bundesregierung, Europäische Kommission und Europäisches Parlament) hat intensiv für die neue Währung geworben: Neben Broschüren und einem Internetauftritt gehörten dazu Fernsehspots mit

prominenten Persönlichkeiten (Helmut Schmidt, Richard von Weizsäcker u. a.), ein Bürgertelefon und eine Info-Zelttour durch 100 deutsche Städte. Zudem gab es im Jahr 2004 eine bundesweite Mediakampagne (Plakate, Anzeigen, Kino-Spot) zur Information über die Erweiterung der Europäischen Union.

Im Vorfeld des Beitritts von zehn mittelost- und südosteuropäischen Ländern hat die Bundesregierung vor allem in Grenzregionen zu den östlichen Nachbarn durch „Wochenenden der Begegnung" für den Beitritt geworben. Außerdem fanden im Jahr 2003 und 2004 Info-Bus-Touren durch 36 deutsche Städte in Kooperation mit dem Informationsbüro des Europäischen Parlaments in Deutschland statt.

Den Ratifizierungsprozess der Europäischen Verfassung hat die Bundesregierung mit einer „Info-Truck-Tour" durch 25 Städte in Deutschland und einer Mediakampagne kommunikativ begleitet.

Der Internetauftritt „Europa" des Presse- und Informationsamts wird laufend fortgeschrieben. Zur vertiefenden Information wird seit 2004 das elektronische Magazin „e.public" herausgegeben, das in jeder Ausgabe ein Schwerpunkthema herausstellt.

6. Welche politischen Schlussfolgerungen zieht die Bundesregierung aus dem Ergebnis des Eurobarometers?

Die Bundesregierung ist der Auffassung, dass eine Stärkung der Akzeptanz der europäischen Integration bei den Bürgern nicht allein durch eine verbesserte Informations- und Öffentlichkeitsarbeit erreicht werden kann. Alle Schlüsselakteure, d. h. die Organe und Einrichtungen der EU, die nationalen, regionalen und lokalen Behörden in den Mitgliedstaaten, die politischen Parteien und die Bürgergesellschaft müssen ihren Beitrag leisten. Ziel der Bemühungen muss es sein, den Bürgern den Nutzen, den sie aus der EU ziehen, noch klarer als bisher zu verdeutlichen. Gute und gut dargestellte Politik, ein intensiv mit dem Bürger geführter Dialog, eine verbesserte Kommunikation, die den Mehrwert der EU herausstellt, sowie die Vernetzung aller Partner werden dazu beitragen, das Vertrauen der Menschen in die EU zu stärken.

7. Gibt es politische Vorhaben, mit denen das Vertrauen der Bürger in die EU gestärkt werden soll?

Um das Vertrauen der Bürger in die EU zu stärken, sind aus Sicht der Bundesregierung Fortschritte in Politikbereichen notwendig, deren positive Auswirkungen auf das Alltagsleben spürbar sind. Dazu gehören eine ausgewogene Modernisierung im Bereich Wirtschaft und Soziales (z. B. eine überarbeitete EU-Dienstleistungsrichtlinie, die die Vorteile einer Vollendung des Binnenmarktes in diesem Bereich mit der Gewährleistung der Ordnung auf dem Arbeitsmarkt und den notwendigen sozialen Schutz- und Kontrollvorschriften verbindet) und effizientes gemeinsames Vorgehen gegen illegale Migration, grenzüberschreitend organisierte Kriminalität und Terrorismus. Klar umrissene Vorhaben in diesen und anderen Bereichen wird die Bunderegierung – nicht zuletzt während der deutschen Präsidentschaft im ersten Halbjahr 2007 – zusammen mit den anderen Mitgliedstaaten identifizieren und fördern.

8. Hält die Bundesregierung die Ergebnisse hinsichtlich des Wissensstandes der Deutschen über die europäischen Institutionen und deren Arbeitsweise für alle Deutschen für zutreffend?

Die Bundesregierung kann den tatsächlichen Wissensstand der deutschen Bevölkerung im Hinblick auf die Europapolitik nicht überprüfen. Sie sieht aufgrund der ihr vorliegenden Informationen keinen Grund, an den Ergebnissen zu zweifeln.

9. Wenn ja, welche Schritte unternimmt die Bundesregierung gegenwärtig, den Wissensstand der Deutschen diesbezüglich zu erhöhen?

Im September 2005 hat die Bundesregierung einen „Runden Tisch Europakommunikation“ ins Leben gerufen. Der Teilnehmerkreis umfasst neben dem Auswärtigen Amt das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung, die Europäische Kommission, das Europäische Parlament, die Bundesländer, die Städte und Gemeinden sowie alle bürgergesellschaftlichen Institutionen, die sich schwerpunktmäßig mit europapolitischer Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland befassen (Netzwerkpartner).

Ziel dieses etwa vierteljährlich im Auswärtigen Amt tagenden Runden Tisches ist es,

– gemeinsam Probleme zu analysieren,
– gemeinsam Schwerpunkte für die Kommunikationsarbeit zu finden und
– Aktivitäten zu vernetzen.

Die Beratungen des „Runden Tisches Europakommunikation“ finden Eingang in die Arbeiten der im Dezember 2005 nach langen Verhandlungen zwischen der Bundesregierung und der Europäischen Kommission geschlossenen Verwaltungspartnerschaft, mit der Finanzmittel der Europäischen Kommission für Maßnahmen der europapolitischen Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland verfügbar gemacht werden.

Die Bundesregierung stimmt ihre Öffentlichkeitsarbeit mit der Arbeit der Bundeszentrale für politische Bildung und den Ländern ab.

Zu weiteren geplanten Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit zur Europapolitik der Bundesregierung wird auf die Antwort zu Frage 16 verwiesen.

10. Wenn ja, werden dabei die Besonderheiten der verschiedenen Regionen Deutschlands beachtet?

Europapolitische Kommunikation muss regional, themenspezifisch und zielgruppenorientiert erfolgen. Durch die Beteiligung der Bundesländer, Städte und Gemeinden am „Runden Tisch Europakommunikation“ werden regionale Besonderheiten berücksichtigt.

So lag zum Beispiel ein Fokus der Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung zur EU-Erweiterung im Jahr 2004 auf den Grenzregionen der neuen Bundesländer und Bayerns zu den damaligen Beitrittsstaaten. Insbesondere fanden dort gezielte Informationsveranstaltungen für die breite Öffentlichkeit, Seminare für Multiplikatoren und in Zusammenarbeit mit dem DIHK Podiumsdiskussionen für Mittelständler über die Auswirkungen der EU-Erweiterung statt.

11. Welche Kommunikationsinstrumente setzte die Bundesregierung bisher ein, um Wissensstand und „Europafreundlichkeit“ der Deutschen zu verbessern?

Die Bundesregierung setzte in der letzten Legislaturperiode folgende Mittel ein, um den Wissensstand der deutschen Bevölkerung zur Europäischen Union zu erhöhen:

- öffentlichkeitswirksame Kampagnen (Anzeigen, TV-Spots, Kino-Spots, Plakate, Medienpartnerschaften),
- Veranstaltungen (Informationstouren durch ganz Deutschland, Podiumsdiskussionen, deutschlandweite Aktionstage, Bürgerfeste, Workshops und Europatage an Schulen, Informationsveranstaltungen),
- Informationsmaterial (z. B. Broschüren) sowie
- Multiplikatorenschulungen und -seminare.

12. Wie viele Haushaltsmittel setzte die Bundesregierung bisher dafür ein, aufgeschlüsselt nach Ressort und Kommunikationsinstrument?

Das für die europapolitische Öffentlichkeitsarbeit federführende Presse- und Informationsamt der Bundesregierung sowie das für die Koordinierung der Europapolitik federführende Auswärtige Amt haben in den Jahren 2002 bis 2005 für Maßnahmen der europapolitischen Kommunikation die aus nachstehender Tabelle ersichtlichen Haushaltsmittel verwendet:

| Ressort | Kommunikationsinstrument | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Gesamt | Kampagnen | Informationsmaterial | Internet | Veranstaltungen | Multiplikatorenschulungen und -seminare |
| BPA | 8 558 000 € | 3 882 000 € | 424 000 € | 83 000 € | 3 444 000 € | 725 000 € |
| AA | 522 000 € | | 73 000 € | | 448 000 € | |

13. Wie schätzt die Bundesregierung das Verhältnis von eingesetzten Mitteln zu tatsächlichem Wissensstand in der Bevölkerung hinsichtlich des effektiven Umgangs mit Steuermitteln ein?

Die Bundesregierung kann die für die Öffentlichkeitsarbeit zur Europapolitik eingesetzten Mittel nicht in Relation zum Wissensstand der deutschen Bevölkerung über die Europapolitik setzen, da dies voraussetzen würde, dass die Bundesregierung den tatsächlichen Wissensstand der deutschen Bevölkerung im Hinblick auf die Europapolitik überprüfen könnte. Dies ist nicht der Fall.

Aufgabe des Presse- und Informationsamts der Bundesregierung ist es, den Bürgerinnen und Bürgern ein Informationsangebot zu machen, auf das jeder Bürger bei Interesse zugreifen kann.

Die Bundesregierung setzt, den Vorgaben der Haushaltsordnung (Grundsatz der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit nach § 7 der Haushaltsordnung) entsprechend, die für die Öffentlichkeitsarbeit zur Europapolitik knapp bemessenen Haushaltsmittel so effizient und sorgfältig wie möglich ein.

14. Wie schätzt die Bundesregierung dieses Verhältnis im europäischen Vergleich ein, insbesondere im Vergleich zu Irland?

Vergleiche mit anderen europäischen Ländern sind u. a. auf Grund unterschiedlicher politischer Strukturen, Existenz von Nichtregierungsorganisationen zu Europa, Traditionen und Geschichte nur schwer möglich. Dies gilt insbesondere bei Vergleichen mit kleinen Staaten, die aufgrund geringerer Bevölkerungszahl leichtere Kommunikationsmöglichkeiten haben.

15. Hält die Bundesregierung den von der Europäischen Kommission verabschiedeten „Plan D" für ein geeignetes Instrument, die Einstellung der Deutschen hinsichtlich Europas deutlich zu verbessern?

Der „Plan D" der Europäischen Kommission enthält eine treffende Analyse der jetzigen Stimmungslage in Europa. Auch arbeitet der Plan einige wichtige Aspekte für künftige Europakommunikation heraus, die zu einer höheren Akzeptanz der EU in Deutschland beitragen können.

16. Wenn ja, in welcher Form beteiligt sich die Bundesregierung genau daran, aufgeschlüsselt nach Art der Maßnahme und Kosten?

Die Bundesregierung hat im Dezember 2005 nach zweijährigen Verhandlungen als erster Mitgliedstaat der EU eine Verwaltungspartnerschaft mit der Europäischen Kommission abgeschlossen. Mit dieser Partnerschaft wurde eine enge Zusammenarbeit zwischen der Bundesregierung und der Europäischen Kommission vereinbart, um die bestmögliche Wirkung der gemeinsam beschlossenen Kommunikationsmaßnahmen zur Europapolitik zu gewährleisten.

Die Mittel für die im Rahmen der Verwaltungspartnerschaft beschlossenen Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit werden zu 100 Prozent von der Europäischen Kommission zur Verfügung gestellt.

Mit diesen Mitteln, die erstmals aus dem Haushalt der Europäischen Kommission für das Jahr 2005 zur Verfügung stehen, sollen zunächst Projekte mit den Zielgruppen Jugend und Schule (Europäischer Jugendkongress; Jugend schult Jugend) sowie allgemeine Öffentlichkeit („Infotour" durch zwölf deutsche Städte mit einer Einwohnerzahl jeweils unter 50 000, Kurzfilm/Spot zum Thema europäische Werte) realisiert werden.

Die Bundesregierung plant im Rahmen der von ihr selbst finanzierten europapolitischen Öffentlichkeitsarbeit eine Reihe von Dialogveranstaltungen in Kooperation mit Projektträgern aus dem gesellschaftlichen Bereich, Themenworkshops mit Korrespondenten deutscher Medien in Brüssel sowie mit Regionaljournalisten. Weiterhin sind vorgesehen die Neukonzeption der Europaplattform www.deutschland-in-europa.de mit Berichterstattung über die aktuelle Europapolitik der Bundesregierung und Hintergrundinformationen zur EU und die Fortführung des Online-Magazins „e.public" zur Europapolitik der Bundesregierung. Zur Information der Bürgerinnen und Bürger über die Geschichte der europäischen Integration sowie über EU-Institutionen, den Verfassungsprozess, die EU-Erweiterung, die deutsche Europapolitik und die Vorteile der deutschen EU-Mitgliedschaft sowie zur deutschen EU-Ratspräsidentschaft 2007 sind verschiedene Printprodukte, eine Ausstellung „Europa wird 50" und verschiedene Veranstaltungen geplant. Angaben über die entstehenden Kosten sind derzeit noch nicht möglich.

17. Welche Mittel setzen die Bundesländer nach Erkenntnis der Bundesregierung ein, um die Einstellung der Deutschen zu Europa zu verbessern und den Wissensstand über Europa zu erhöhen, aufgeschlüsselt nach Unterstützungsmaßnahmen im Zusammenhang mit „Plan D“ und davon unabhängigen Maßnahmen?

Die Bundesländer sind in eigener Verantwortung auf vielfältige Weise, zum Beispiel im Rahmen der jährlich stattfindenden Europawoche oder durch die Beteiligung am „Europe Direct-Netzwerk“ der Europäischen Kommission, an der europapolitischen Öffentlichkeitsarbeit beteiligt.

18. Gibt es zwischen Bund und Ländern eine Koordination zu diesem Themenkomplex?

Die Länder wirken – neben der fachbezogenen Zusammenarbeit bei den einzelnen EU-Politiken – bei Angelegenheiten der EU durch den Bundesrat mit. Der Bundesrat hat zu dem angesprochenen Themenkomplex am 10. Februar 2006 (Drucksache 910/05) einen Beschluss gefasst.

Darüber hinaus koordinieren Bund und Länder ihre europapolitische Öffentlichkeitsarbeit im Rahmen der Arbeitsgruppe Europapolitische Kommunikation der Europaministerkonferenz der Länder, in Vorbereitung der Sitzungen der Ratsarbeitsgruppe Information sowie im Rahmen der Beratungen des Runden Tisches Europakommunikation des Auswärtigen Amts.

19. Wenn nein, warum nicht?

Auf die Antwort zu Frage 18 wird verwiesen.

20. Was war nach Einschätzung der Bundesregierung der Beweggrund der Europäischen Kommission, ca. ein Drittel der für „Plan D“ vorgesehenen finanziellen Mittel auf Deutschland zu verwenden?

Die Bundesregierung kennt die Beweggründe der Europäischen Kommission nicht. Die Bundesregierung hat sich wiederholt gegenüber der Kommission dafür eingesetzt, ausreichende Mittel für Deutschland zur Verfügung zu stellen.

21. Unterstützt die Bundesregierung die Pläne der Europäischen Kommission, eine eigene europäische Nachrichtenagentur zu gründen und selbst produzierte TV-Beiträge den Medien kostenlos zur Verfügung zu stellen?

Die Berichterstattung der Medien zu Überlegungen, eine eigene europäische Nachrichtenagentur zu gründen, beruhte auf internen Vorfassungen des „Weißbuches für eine europäische Kommunikationspolitik“ der Europäischen Kommission, in denen der Vorschlag noch enthalten war. In der endgültigen Fassung des Weißbuches ist ein solcher Vorschlag nicht mehr enthalten.

22. Wenn nein, was unternimmt die Bundesregierung konkret dagegen?

Es wird auf die Antwort zu Frage 21 verwiesen.

23. Wie schätzt die Bundesregierung diese Pläne der Europäischen Kommission unter dem Gesichtspunkt der Unabhängigkeit der Medien ein?

Auf die Antwort zu Frage 21 wird verwiesen.

24. Hält die Bundesregierung in diesem Zusammenhang den Vorwurf der Manipulation der Bürger für gerechtfertigt?

Auf die Antwort zu Frage 21 wird verwiesen.

25. Ist die Bundesregierung der Auffassung, dass es gerechtfertigt ist, für solche Art der Öffentlichkeitsarbeit das Geld der Bürger in Anspruch zu nehmen?

Auf die Antwort zu Frage 21 wird verwiesen.

26. Ist die Bundesregierung der Auffassung, dass eine stärkere Beteiligung des Deutschen Bundestages an europäischer Rechtssetzung zu anderen Ergebnissen beim Stimmungsbild der Deutschen zu Europa führen würde?

Der Bundestag spielt eine wichtige Rolle bei der Gestaltung deutscher Europapolitik und der Vermittlung europapolitischer Inhalte gegenüber dem Bürger.

Der Europäische Verfassungsvertrag sieht auch eine stärkere Beteiligung der nationalen Parlamente vor, unter anderem durch die Anwendung des Subsidiaritätsfrühwarnsystems. Nach Auffassung der Bundesregierung würde dies dazu beitragen, die Europäische Union demokratischer, handlungsfähiger, effizienter und transparenter zu machen.

Die Bundesregierung tritt dafür ein, die Ratifizierung des Europäischen Verfassungsvertrages über das erste Halbjahr 2006 hinaus fortzuführen und unter deutscher Präsidentschaft im ersten Halbjahr 2007 neue Anstöße zu geben. Die Bundesregierung ist entschlossen, die im Gesetz über die Ausweitung und Stärkung der Rechte des Bundestages und des Bundesrates enthaltenen Möglichkeiten parlamentsfreundlich zu nutzen.

27. Wann plant die Bundesregierung die im Koalitionsvertrag festgeschriebene frühzeitigere Einbindung des Deutschen Bundestages umzusetzen?

Die Gespräche darüber haben bereits begonnen. Am 14. Dezember 2005 hat der Staatsminister für Europa, Günter Gloser, mit den Obleuten des Europaausschusses des Deutschen Bundestages ein erstes Gespräch über den Abschluss einer Vereinbarung zwischen Bundestag und Bundesregierung nach dem Gesetz über die Ausweitung und Stärkung der Rechte des Bundestages und des Bundesrates geführt.

Dabei wurde vereinbart, dass Bundestag und Bundesregierung zunächst ihre jeweiligen Verhandlungsteams konstituieren und die Gespräche danach aufgenommen werden.

Gesamtherstellung: H. Heenemann GmbH & Co., Buch- und Offsetdruckerei, Bessemerstraße 83–91, 12103 Berlin
Vertrieb: Bundesanzeiger Verlagsgesellschaft mbH, Amsterdamer Str. 192, 50735 Köln, Telefon (02 21) 97 66 83 40, Telefax (02 21) 97 66 83 44
ISSN 0722-8333